

**TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI**  
**FAKULTA TEXTILNÍ**

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Liberec 2011**

**Jan Štefl**

**TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI**

**FAKULTA TEXTILNÍ**



Studijní program: B3107 Textil

Studijní obor: 3107R007 Textilní marketing

**MARKETINGOVÁ STRATEGIE PRODEJE  
PONOŽEK**

**MARKETING STRATEGY OF SELLING  
SOCKS**

Jan Štefl

KHT-812

**Vedoucí bakalářské práce:** Ing. Jindra Porkertová

**Rozsah práce:**

Počet stran textu .....39

Počet obrázků .....26

Počet tabulek ..... 1

Počet stran příloh ....20

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Fakulta textilní

Akademický rok: 2010/2011

# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jan ŠTEFL**

Osobní číslo: **T08000421**

Studijní obor: **Textilní marketing**

Název tématu: **Marketingová strategie prodeje ponožek**

Zadávací katedra: **Katedra hodnocení textilií**

## Zásady pro vypracování:

1. Vypracujte literární rešerši na téma punčochové zboží.
2. Popište vybranou firmu, která se zabývá výrobou ponožek.
3. Proveďte marketingový průzkum, zjistěte konkurenci.
4. Doporučte opatření, která povedou k lepší konkurenceschopnosti firmy na trhu.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **30 – 40 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

- 1. Vašítková M.: Marketing služeb. Grada, Praha 2008**
- 2. Rydvalová P.: Drobné podnikání. TUL Liberec, 1999**

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Jindra Porkertová**  
Katedra textilních materiálů

Datum zadání bakalářské práce: **30. října 2010**

Termín odevzdání bakalářské práce: **2. května 2011**

prof. RNDr. Aleš Linka, CSc.  
děkan

Ing. Vladimír Bajzík, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Liberci dne 1. Listopadu 2011

## Prohlášení

Byl(a) jsem seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval(a) samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

Datum 10. 5. 2011

Podpis

## Poděkování

Děkuji firmě Bapon-Štepon, s.r.o. že mi poskytli prostor a umožnili nahlížet do firemních písemností.



Děkuji také Ing. Jindře Porkertové za konzultace a podporu při práci.

Dále děkuji svým rodičům, přátelům, kamarádům a všem, kteří mi byli nápomocni při zpracování této bakalářské práce.

## Anotace

Tato bakalářská práce se zabývá firmou Bapon-Štepon, která vyrábí a prodává punčochové zboží a zejména ponožky. V první části práce Vás seznámím s firmou a s jejím prodejem za posledních pět let. V druhé části bakalářské práce provedu marketingový výzkum. Tento výzkum měl zjistit, jak má firma upravit, případně doplnit svůj vyráběný sortiment. Výzkum se také zabývá propagací výrobků a jejich prodejem. V poslední části práce jsem navrhl možná doporučení pro firmu. Tato doporučení vedou ke zvýšení odbytu. Pro představu, jaké výrobky firma Bapon vyrábí, najdete v příloze její téměř kompletní sortiment.

## Klíčová slova

Ponožky, punčochové zboží, marketingový průzkum, firma Bapon-Štepon, konkurence

## Annotation

This bachelor work is concerned with the company Bapon-Stepon, which produces and sells hosiery, especially socks. In the first part of my work I would like to introduce the company and its sale in the last five years. In the second part of the work I will discuss results of my marketing research. The aim of this research was to determine, how should the company modify or extend its produced assortment. The research is also focused on the propagation of the goods and their sale. In the last part of my work I have proposed possible recommendations for the company, which will lead to the increase of sales. To get idea, what type of products the company produces, almost complete assortment of products is shown in supplement.

## Key words

Socks, hosiery, marketing research, Bapon-Stepon company, competition

## Obsah

Úvod.....	9
1. Punčochové zboží .....	10
1.1 Punčochy .....	10
1.2 Podkolenky.....	10
1.3 Ponožky.....	10
1.4 Popis.....	10
1.5 Dělení ponožek dle výrobců.....	11
1.5.1 Velikost .....	11
1.5.2 Výška lýtky.....	11
1.5.3 Dle použití.....	12
1.6 Uživatelské vlastnosti.....	14
2 Firma Bapon-Štepon, s. r. o. ....	15
2.1 O firmě .....	15
2.2 Prodej v minulých letech.....	17
2.3 Zpracovávané materiály .....	23
2.3.1 Bavlna .....	23
2.3.2 Vlna.....	23
2.3.3 Viskóza.....	23
2.3.4 Polyamid .....	23
2.3.5 Polyester.....	23
2.3.6 Polypropylen .....	23
2.3.7 Elastan .....	23
2.4 Popis výroby .....	24
2.5 Popis výrobku Bapon-Štepon, s.r.o.....	25
2.5.1 Části výrobku .....	25
2.5.2 Měřitelné parametry .....	26
3 Konkurence .....	27
3.1 Boma .....	27
3.2 Bellinda .....	27
3.3 Pondy K.....	28
3.4 Ostatní.....	28
4 Marketingový plán .....	28
4.1 Marketingový mix firmy Bapon-Štepon, s.r.o. ....	29



5	Průzkum .....	31
5.1	Závěr výzkumu .....	44
6	Návrhy na další prodej .....	45
6.1	Region .....	46
6.2	Místa prodeje.....	46
6.3	Sortiment.....	47
7	Závěr .....	48
	Použitá literatura .....	49
	PŘÍLOHA .....	50
1	Sortiment .....	50
1.1	Pánské .....	50
1.1.1	Klasické.....	50
1.1.2	Elastické .....	52
1.1.3	Zdravotní .....	53
1.1.4	Sportovní.....	54
1.1.5	Teplé.....	55
1.2	Dámské ponožky .....	59
1.2.1	Klasické.....	59
1.2.2	Elastické .....	60
1.2.3	Zdravotní .....	61
1.2.4	Sportovní.....	62
1.2.5	Teplé.....	63
1.2.6	Podkolenky.....	66
1.3	Dětské.....	66
1.3.1	Klasické.....	66
1.3.2	Elastické .....	66
1.3.3	Sportovní.....	67
1.3.4	Teplé.....	67
2	Symoly údržby .....	68
3	Tabulka velikostí ponožek .....	69

## Úvod

Firma Bapon-Štepon, s. r. o. se na českém trhu objevila již téměř před dvaceti lety, současně s rozpadem firmy Trepon. Hladce se zařadila na trh s punčochovým zbožím a získala stálé zákazníky. Mezi její největší zákazníky patří některé obchodní řetězce a ministerstvo obrany. Firma také vyváží do zahraničí pro rakouskou armádu.

V posledních letech se ovšem firma potýká s nedostatkem prodeje a s nedostatkem nových zákazníků, a její odbyt bohužel klesá.

Cílem mé práce bude zjistit preference lidí, poradit a navrhnout možné postupy propagace výrobků firmy Bapon-Štepon. Dále tato práce bude zaměřená na marketingový průzkum mezi lidmi a následné vyhodnocení dotazníků. V poslední řadě bych chtěl firmě doporučit opatření, která povedou k zvýšení odbytu a k získání nových zákazníků, především mezi obyčejnou veřejností.

## **1. Punčochové zboží**

Punčochové zboží jsou výrobky zhotovené na malop průměrových okrouhlých pletacích strojích s roztečí jehel od 1,16 do 6,35 mm a zahrnují punčochy, podkolenky a ponožky. Z této definice jsou vyjmuty jemné punčochy, punčochové kalhoty a pružné punčochové výrobky. [1]

### **1.1 Punčochy**

Punčochy lze definovat jako doplněk dámského oděvu, který zakrývá dolní končetinu až nad koleno. Zpravidla se punčochy pletou z jemných monofilů (1 – 2tex).

### **1.2 Podkolenky**

Podkolenky jsou pletené útvary, které zakrývají dolní končetinu po koleno. Většinou jsou pleteny z hrubších přízí. Podkolenky jsou často používány jako součást stejnokrojů vojáků, lidových stejnokrojů nebo myslivců.

### **1.3 Ponožky**

Ponožky jsou pletené výrobky, které zakrývají dolní končetinu maximálně do půlky lýtek.

### **1.4 Popis**

Tyto tři punčochové útvary se skládají z následujících částí: [2]

- a) lem
- b) lýtko
- c) pata
- d) chodidlo
- e) špice

Lem je pružná část, která zakončuje horní okraj výrobku. Lem může být: [2]

- a) jednoduchý – netvoří dutinu
- b) dvojité – tvoří dutinu, výrobci hovoří o převěšeném lemu

*Lýtko* je část ve tvaru hadice. Může být různě dlouhá. Je dobré mít na paměti, že kotníkové (nízké) mají lýtko, ale jsou to pouze 2 řádky pleteniny.

*Pata* může být klínová nebo rotační. Klínová pata se tvoří ujímáním oček. Celkový rozložený neujímaný tvar připomíná přesýpací hodiny. [2]

*Chodidlo* je stejný útvar jako lýtko. Tvoří přechod paty a špice.

*Špice* se tvoří jako klínová, rotační nebo je strojově uzavřená. [2] Strojově uzavřená špice je pletena přímo na speciálním stroji. Problém těchto špicí spočívá v tom, že na konci špice vzniká malá dírka.

Pata a špice se zpravidla zesilují přídatnou přízí. Toto zesílení je nutné zejména u sportovních ponožek, u kterých dochází v těchto místech k největšímu namáhání.

Dále o dělení punčochového zboží nebo ponožek normy nehovoří.

## 1.5 Dělení ponožek dle výrobců

Každý výrobce dělí ponožky dle svého uvážení. Zde uvedu ty, které jsou všeobecně platné.

### 1.5.1 Velikost

Podle velikosti se ponožky dělí na dětské, dámské a pánské. Dle normy ČSN 80 5801 jsou velikosti dětské 12 – 25, dámské 23 - 28 a pánské 25 - 34. Tato čísla jsou v centimetrech.

### 1.5.2 Výška lýtko

Dále lze ponožky dělit podle výšky lýtko. Každý si může toto dělení měnit podle své vlastní potřeby, ale v zásadě rozlišujeme 4 skupiny.

- 1) **Kotníkové (nízké) ponožky** – i když se může zdát, že kotníkové ponožky žádné lýtko nemají, výrobci to vidí jinak. Lýtko je část, většinou hladké pleteniny, pod lemem. U kotníkových ponožek se po lemu pletou minimálně 2 řádky hladké pleteniny. O těchto dvou řádcích hovoříme jako o lýtku.

Tyto ponožky jsou v dnešní době velmi oblíbené. Jsou módně řešené, nepotí se v nich lýtko a lze je využívat i pro sportovní aktivity.

2) **Klasické ponožky** – tyto ponožky jsou vysoké maximálně do poloviny lýtek. Nelze zde uvést počet řádků pleteniny, nebo délku v centimetrech. U hrubějších přízí bude při stejné výšce lýtko méně řádků pleteniny, než u ponožek, které jsou pleteny na jemných strojích a z jemných přízí.

3) **Podkolenky** – jsou ponožky s lýtkem, které sahá až pod koleno. Na lýtko se většinou vyplétají plastické vzory nebo nápisy. Podkolenky jsou nejvíce zastoupeny v lidových krojích nebo u stejnokrojů myslivců. Vyrábí se také řada sportovních podkolenek. Používají se zejména pro provozování zimních sportů.

4) **Nadkolenky** – s tímto typem ponožek je velmi obtížné se setkat. Lýtko sahá až nad kolena. Tento druh ponožek se často označuje jako punčochy. Toto označení však není přesné. Nadkolenky se používají výhradně na balet nebo krasobruslení. Většinou bývají jednobarevné a bílé, bez jakýchkoliv vzorů. Tento druh ponožek se používá výhradně pro estetický účinek.

### 1.5.3 Dle použití

1) **Klasické** – jsou to klasicky vysoké, jednobarevné nebo vícebarevné ponožky. Jiná barva se většinou objevuje ve formě jednoduchých, malých a neutrálních vzorů. Většinou se vyrábí z bavlny, nebo z bavlny s příměsí syntetických vláken. Na tyto ponožky se často používají jednoduché vyplétané vzory. Tyto ponožky jsou navrhovány a pleteny s ohledem na jejich použití. Lidé je většinou nosí do práce či do školy a proto jsou jednoduché.

Do klasických ponožek lze zahrnout i elastické ponožky. Jsou víceméně stejné jako klasické, s tím rozdílem, že se do nich zaplétá elastan. Díky tomuto materiálu jsou velikostně univerzálnější.

2) **Zdravotní ponožky** – tyto ponožky se vzhledem podobají klasickým ponožkám. Rozdíl se nachází v lemu. Lem je oproti jiným ponožkám podstatně vyšší. Guma v lemu je velmi volně zapletena tak, aby nedocházelo k otlacením nohou. Lem je vyšší z důvodu držení ponožky na noze. Pokud by byl nízký, ponožka by se na noze točila a spadávala by. Síla, která působí

na nohu je rovnoměrně rozložena po celé délce lemu. Tyto ponožky jsou vhodné zejména pro starší lidi a pro lidi, kteří mají problémy s křečovými žilami.

3) **Sportovní ponožky** – Všechny sportovní ponožky jsou pod velkým vlivem tlaku a oděru. Proto se do paty a do špičky, což jsou nejvíce namáhaná místa, se přidává příze navíc. Díky této přízi jsou tato místa mnohem odolnější vůči oděru. Tyto ponožky můžeme dále dělit na následující skupiny:

a) *Podkolenky* – pletou se převážně z vlny, nebo z vlny a syntetických příměsí. Jsou vhodné pro zimní sporty.


b) *Klasické* – jsou pleteny z bavlny, nebo z bavlny se syntetickou příměsí. Jejich výhodou je, že v nich není takové horko, jako v podkolenkách ale zároveň částečně chrání lýtko před nepříznivými vlivy, jako je zima nebo vítr.

c) *Nízké (kotníkové) ponožky* – pletou se z bavlny nebo z bavlny se syntetickou příměsí. Dnes jsou velice v módě kvůli svým estetickým vlastnostem. Výborně se hodí do pevných bot a přitom lýtko zůstává odhaleno. Často se používají pouze jako módní doplněk.

4) **Pracovní ponožky** – tyto ponožky se pletou z hrubých vlněných přízí. Tyto příze bývají vyrobeny z odpadních surovin. Hustota pleteniny není tak vysoká jako u ostatních ponožek, ale díky hrubým přízím částečně chrání nohu před říznutím nebo odřením. Zde se nehledí na estetickou hodnotu. Ponožky jsou konstruovány s ohledem na ochranu jejich nositele. Plete se zde vyšší lýtko, aby byla chráněná noha a do paty, špičky a do chodidla se přidává příze navíc.

## 1.6 Uživatelské vlastnosti

**Komfort** – Výrobek by měl být příjemný na dotek. Ovlivňuje se použitým materiálem a vazbou. Ponožka nesmí mít žádné nežádoucí „výstupky“, které by způsobovaly otlačeniny nohou a nepohodlí.

**Údržba** – etiketa na výrobku musí obsahovat symboly údržby. Pro většinu punčochového zboží platí: .

**Vzhled** – V tržním hospodářství platí, že obal nebo vzhled napůl prodává. Z tohoto důvodu musí být výrobky barevně zajímavé a vyformované.

**Trvanlivost** – Do namáhaných míst (pata a špička) se přidává příze navíc. Díky ní má ponožka vyšší odolnost v oděru. Tato příze je hrubší, než ta, co se používá do zbytku výrobku.

## **2 Firma Bapon-Štepon, s. r. o.**

### **2.1 O firmě**

Firma Bapon-Štepon, s.r.o. (dále jen Bapon) patří mezi tradiční české výrobce punčochového zboží. Společnost nabízí kompletní sortiment letního, zimního i sportovního zboží v pánských, dámských a dětských velikostech.

Společnost Bapon byla založena v roce 1993. Sídlo firmy je v Počátkách (kraj: Vysočina, Pelhřimov). Ředitelem společnosti, jeden ze společníků a jednatel firmy je pan Rudolf Štefl.

Firma vznikla privatizací původního dlouholetého výrobce punčochového zboží, která vyráběla toto zboží v Počátkách už v období první československé republiky. Jde tedy o tradičního výrobce působícího úspěšně na našem trhu i v zahraničí.

Od svého vzniku je firma specializována na výrobu punčochového zboží a to zejména na výrobu bavlněných ponožek a podkolenek. Filozofií společnosti je vyrábět kvalitní zboží v cenově dostupných hladinách pro nejširší skupiny zákazníků. Ve výrobním programu je 50 - 60 druhů výrobků ve všech velikostech. Výrobní program je pravidelně obměňován v závislosti na změnách požadavků zákazníků na barevnost či módní trendy, vzory nebo jiné parametry výrobků.

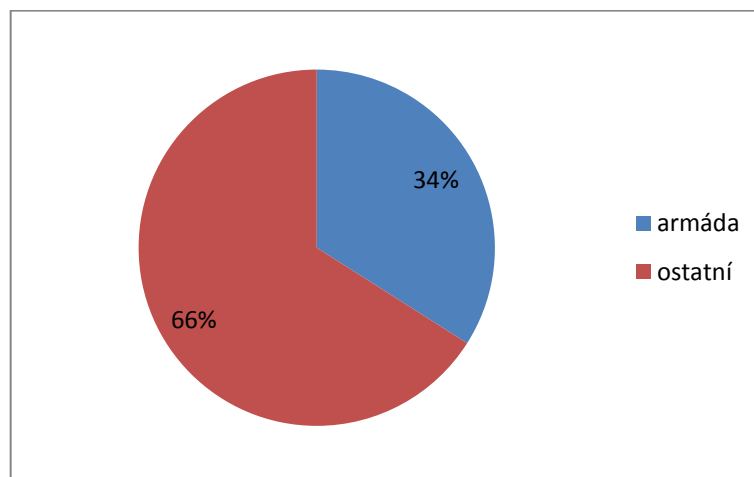
Ve firmě pracují zkušení a vysoce kvalifikovaní pracovníci. Je zde v průměru kolem 45 zaměstnanců. Většina z nich pracuje ve firmě dlouhodobě. Procesy výroby a distribuce probíhají jako stabilizované procesy, jsou podloženy dlouhodobými zkušenostmi. Firma v roce 1999 obdržela certifikát kvality ISO 9001 a ISO 9002.

Pro realizaci rozsáhlých a dlouhodobých dodávek zboží firma smluvně spolupracuje se zavedenými dodavateli jak vstupních materiálů, tak strojního vybavení, většinou z ČR. Většina dodavatelů je již certifikována dle ISO 9001 nebo ISO 9002.

Větší část produkce je prodávána v ČR, část je prodávána do zahraničí, zejména do Rakouska. Mezi největší zákazníky patří obchodní řetězce Globus a Tesco, Ministerstvo vnitra, Ministerstvo obrany atd. Firma Bapon vyrábí přibližně 35 tun punčochových výrobků pro rakouskou armádu (viz obr. 1). Výroba pro tuzemský trh



je okolo 68 tun ročně. Celkem tedy zpracují okolo 110 tun ročně.

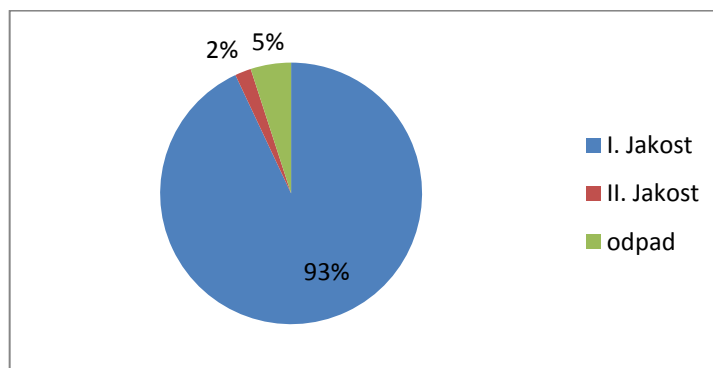


Obr. 1 Množství zpracovaného materiálu za rok

Bapon pro veřejný trh vyrábí pouze výrobky v kvalitě I.jakosti. Přímou ve výrobě se dají zakoupit výrobky II.jakosti. Tyto výrobky se vyznačují vadou, která je jednoduše odstranitelná (př. olejová skvrna - vyprání). Ostatní výrobky, které nesplňují požadavky, jsou považovány za odpad.

Celkový odpad ve výrobě Bapon je okolo 5%, tedy výrobky s neodstranitelnou vadou a další textilní odpady (viz obr. 2).

Pouze 2% z výroby se považují za II.jakost, tedy výrobky s odstranitelnou vadou. Výrobky, které lze zakoupit přímo v sídle firmy, jsou označeny písmenem „N“ jako nestandardní výrobek.

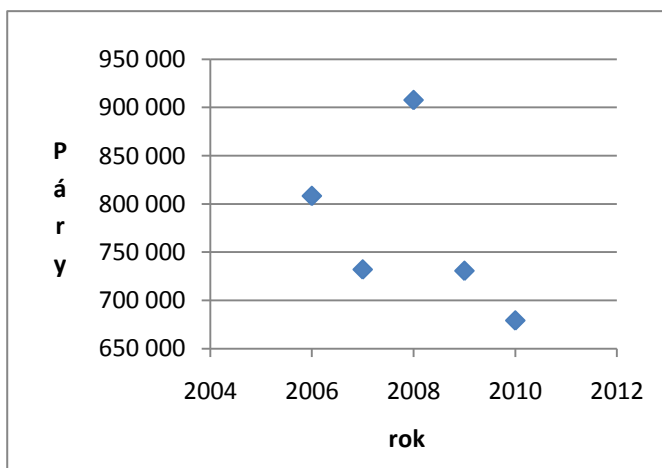


Obr. 2 Zpracovaný/odpadový materiál

## 2.2 Prodej v minulých letech

Prodej ponožek v letech 2006 – 2010 kolísal od 679 000 do 908 000 párů za rok.

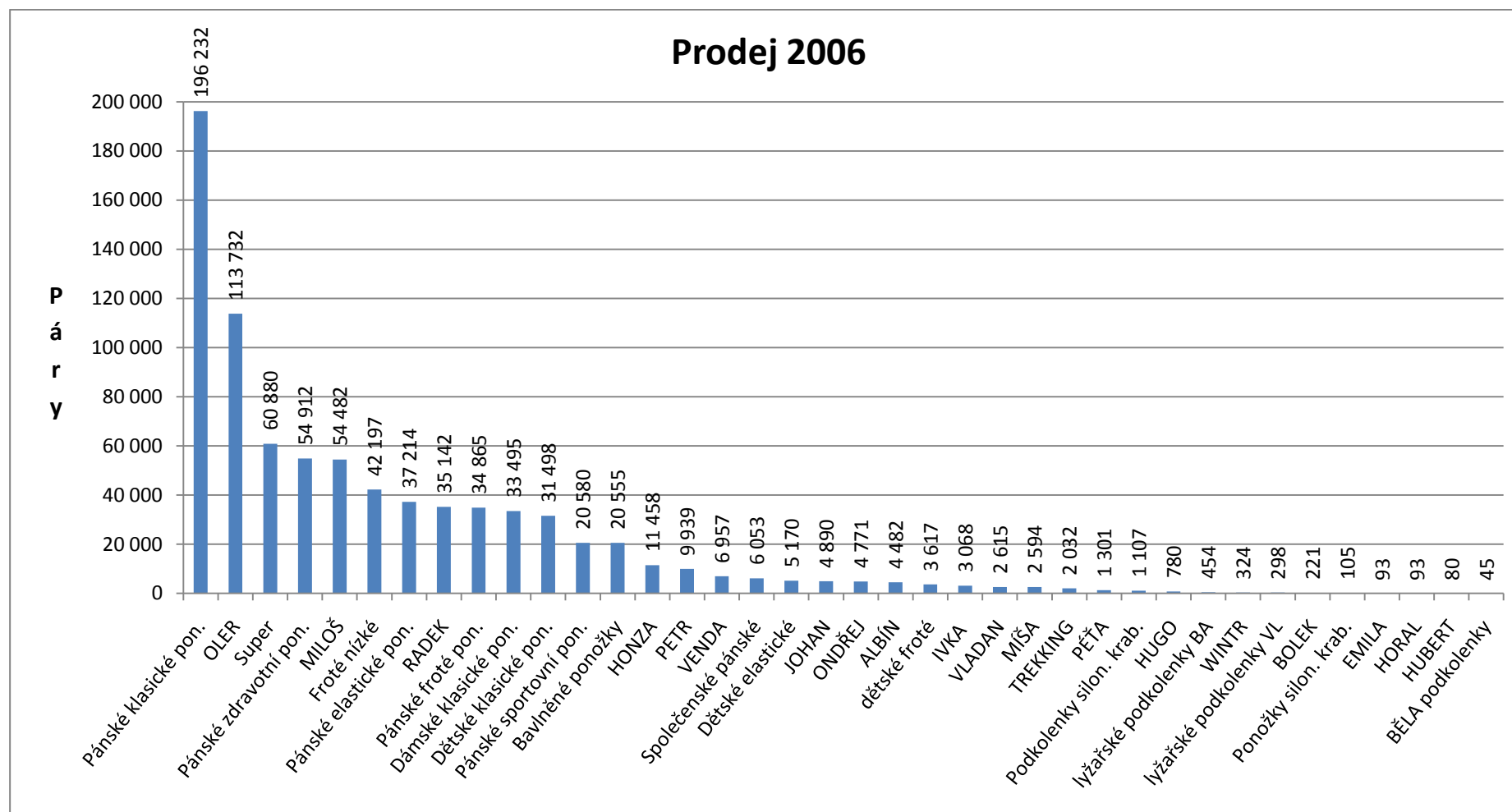
V roce 2008 byl velký nárůst prodeje díky neobyčejně velké dodávce pro rakouskou armádu. Rok 2009 se vyznačoval průměrným prodejem, ale v dalším roce odbyt prudce klesal (viz obr.3).



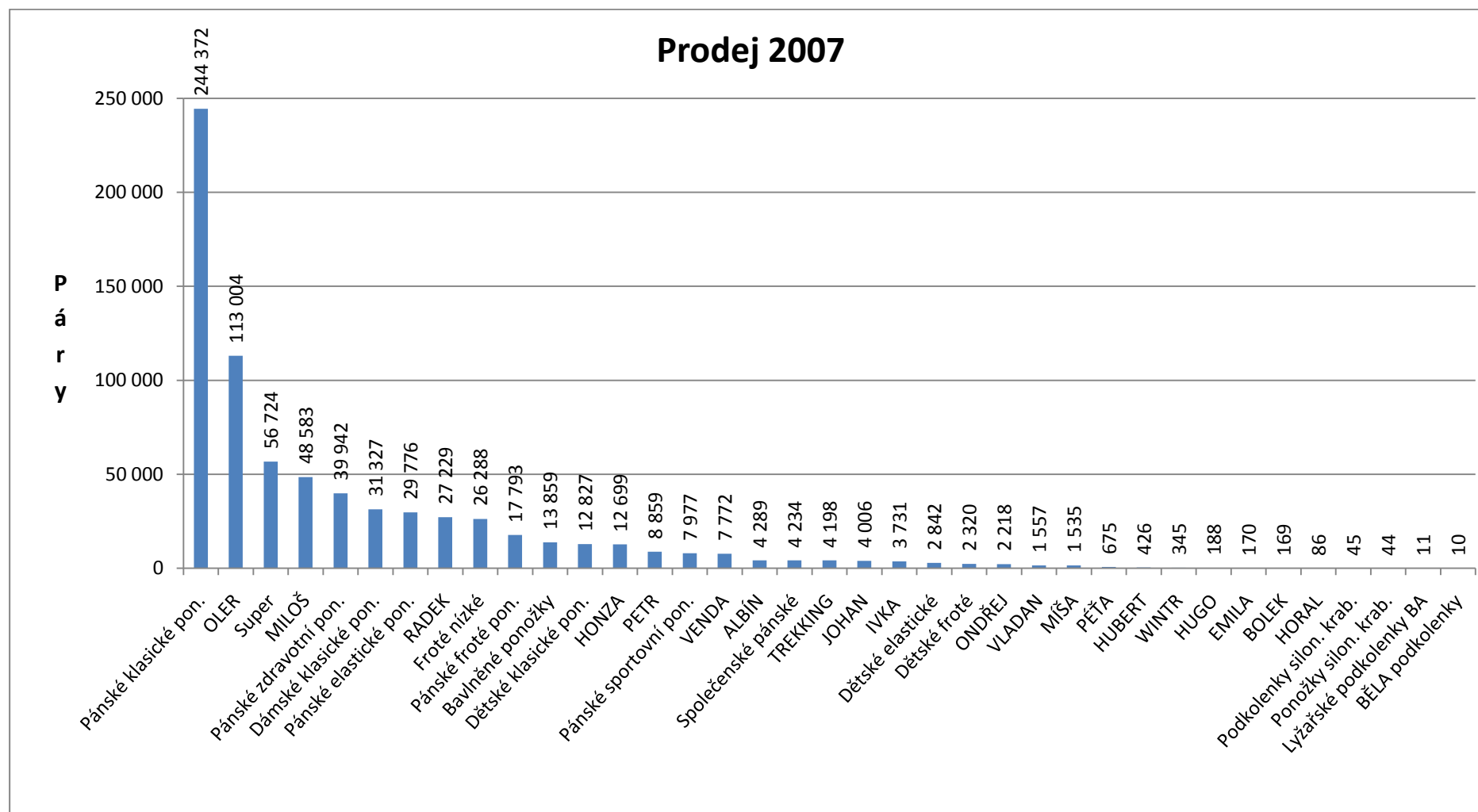
Obr. 3 Prodej 2006 – 2010 [páry]

Na následujících stránkách lze vidět grafy, které ukazují prodej jednotlivých druhů ponožek za rok.

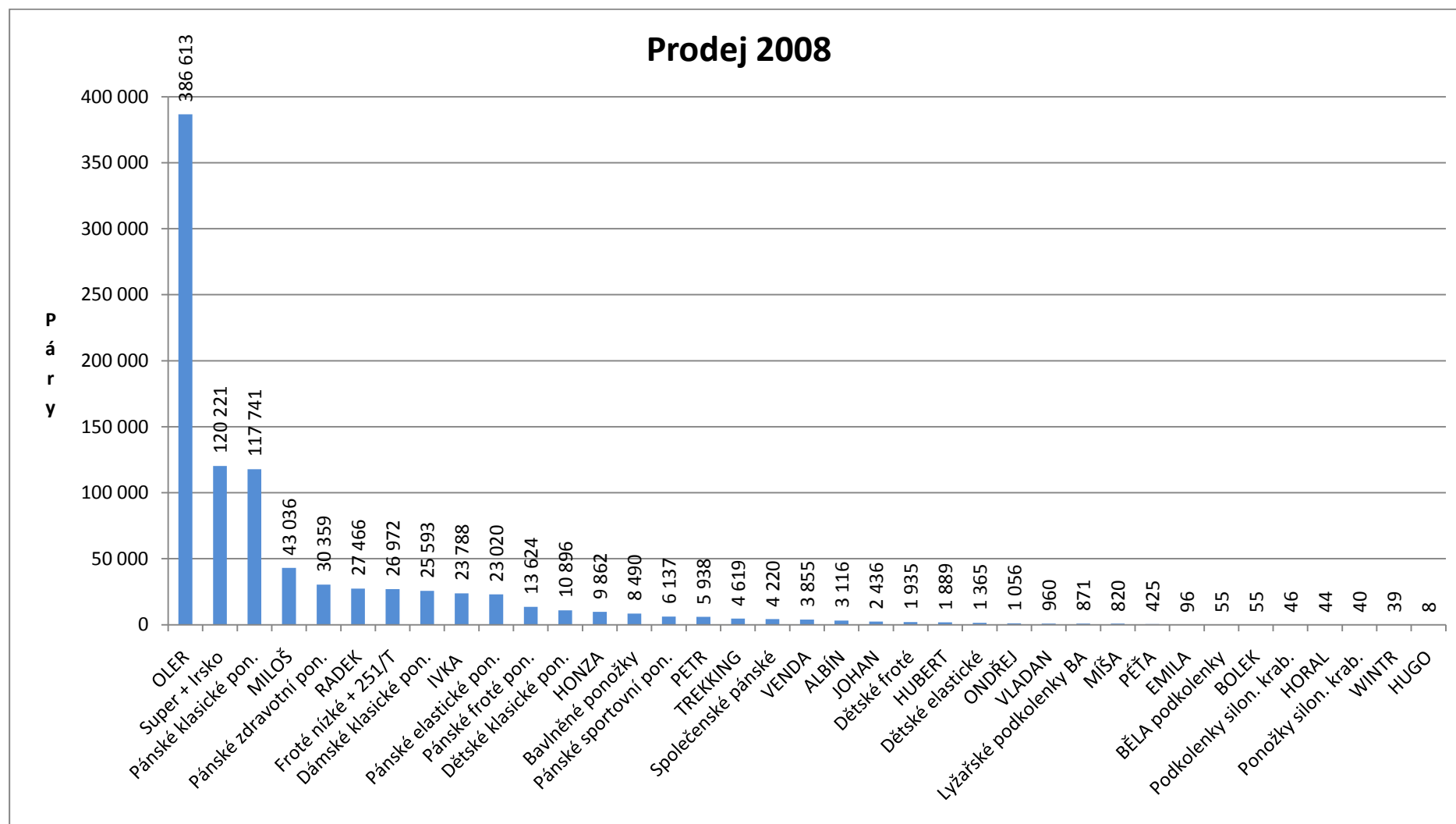
V následujících grafech (obr. 4. – 8.) můžete vidět prodej jednotlivých druhů ponožek v letech 2006 – 2010. Na prvních místech se pravidelně umisťují pánské klasické ponožky a ponožky označované jako OLER, které jsou dodávány především rakouské armádě. Na posledních místech se umisťují druhy ponožek, které se již nevyrábí, pouze se doprodávají zbytky ze skladu.



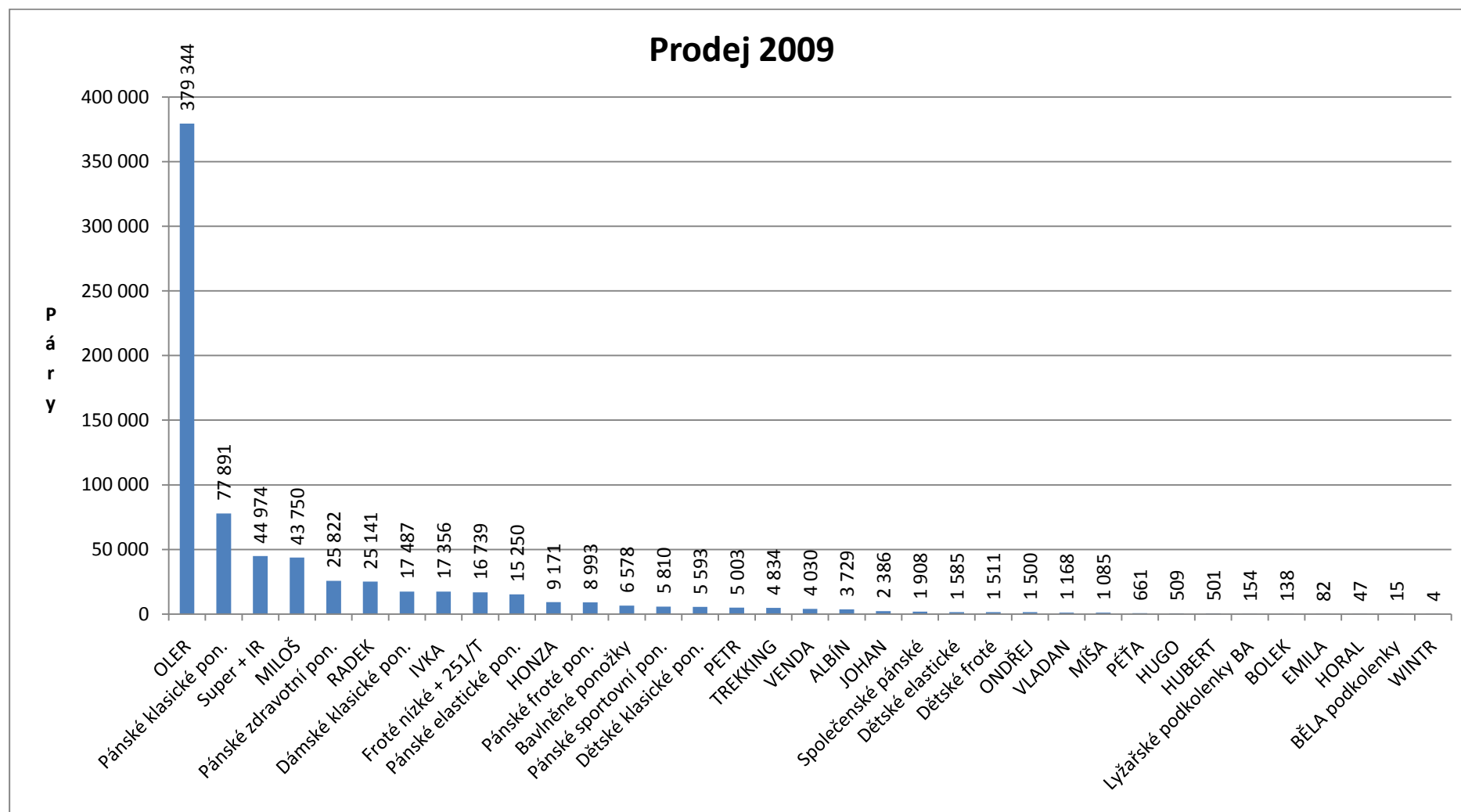
Obr. 4 Prodej jednotlivých druhů ponožek v roce 2006



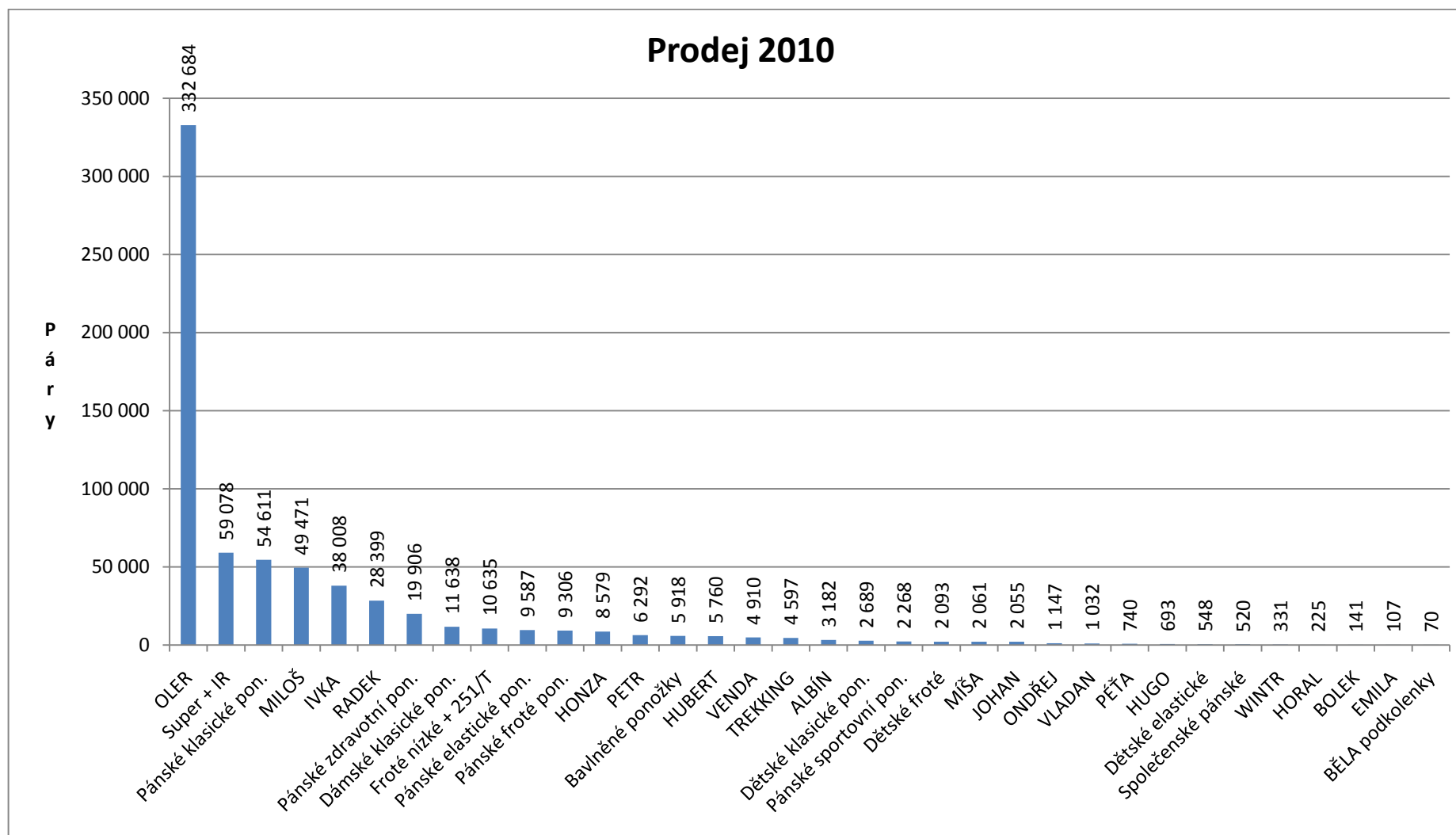
Obr. 5 Prodej jednotlivých druhů ponožek v roce 2007



Obr. 6 Prodej jednotlivých druhů ponožek v roce 2008



Obr. 7 Prodej jednotlivých druhů ponožek v roce 2009



Obr. 8 Prodej jednotlivých druhů ponožek v roce 2010

## **2.3 Zpracovávané materiály**

Mezi nejčastěji zpracovávané materiály patří bavlna, vlna, viskóza, polyamid, polyester a polypropylen.

### **2.3.1 Bavlna**

Bavlna je nejčastější vlákno, které se při výrobě ponožek používá. Bavlna má jemný omak, dobrou sorpci vlhkosti, zejména potu a vykazuje příjemný omak a tím je zajištěno i příjemné nošení. Má za úkol odsávat pot z těla do vláken.

### **2.3.2 Vlna**

Vlna se používá pro dobré termoizolační vlastnosti a hřejivý omak.

### **2.3.3 Viskóza**

Používá se zejména pro své sorpční vlastnosti, které jsou vyšší než u bavlny.

### **2.3.4 Polyamid**

Používá se jako náhrada přírodního hedvábí a pro svoje poměrně nízké nároky na údržbu. V ponožkách má za úkol odvést pot pryč od těla. Prokazuje se vysokou odolností vůči opakovanému namáhání a vysokou pružností.

### **2.3.5 Polyester**

Polyester se nejčastěji směšuje s bavlnou a vlnou, snižuje tuhost výrobku. Při směšování také napomáhá trvanlivosti výrobku. Také má dobré mechanické vlastnosti a rychle vysychá. Zajišťuje tak příjemné uživatelské vlastnosti.

### **2.3.6 Polypropylen**

Tato vlákna se vyznačují vysokou odolností vůči oděru, trvanlivostí a nízkou hmotností. Také nevyvolávají alergické reakce a jsou šetrná k pokožce.

### **2.3.7 Elastan**

Elastan se používá díky jeho vlastnosti udržet tvar ponožky a lepšímu přilnutí k noze. Je velmi pružný, dokáže se roztáhnout a po uvolnění tahu opět vrátit na svůj rozměr. Zajišťuje tvarovou stálost výrobku a univerzálnější číslování ponožkových výrobků.



## 2.4 Popis výroby

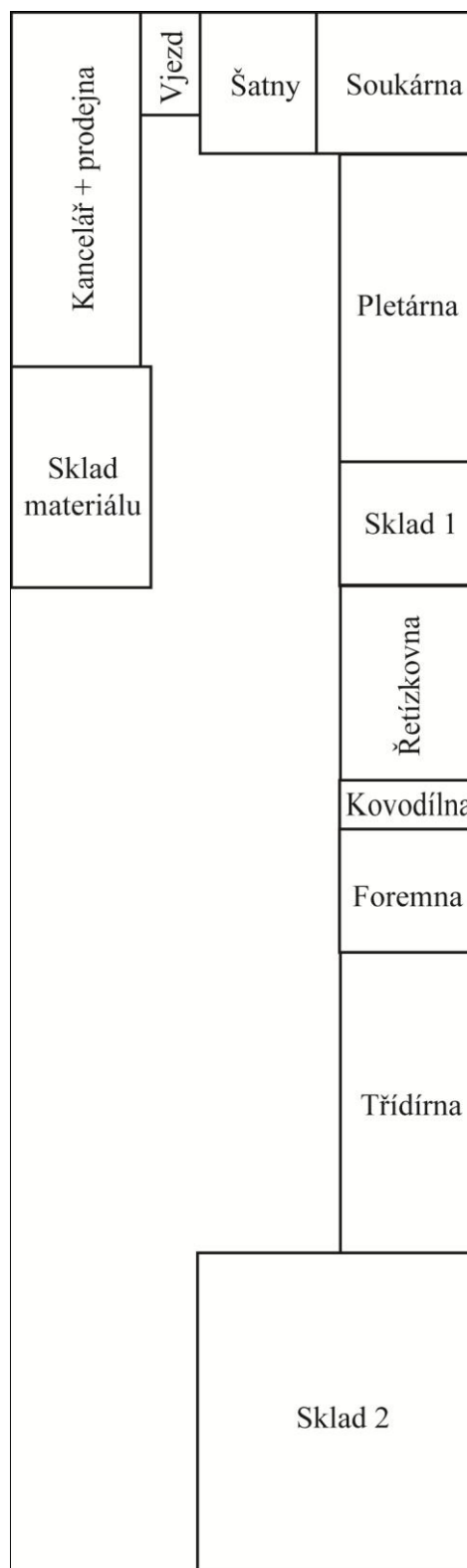
Materiál na křížových cívkách je přivezen a uskladněn ve skladu materiálu. Některé cívky mohou mít špatnou hustotu návínu nebo může být příze poškozená. Proto je třeba některé cívky převinout a tím zkvalitnit vstupní materiál. Tyto poškozené cívky putují do soukárny. Nepoškozené cívky jdou do pletárny, kde začíná vlastní výroba ponožky. (viz obr. 9)

V pletárně se nachází asi 65 pletacích strojů. Firma Bapon-Štepon vlastní několik druhů strojů. Zde dochází k upletení konstrukčního polotovaru a prvnímu třídění ponožek. Ponožky vyhovující standardu jdou dále do řetízkovny (šicí dílny) a nevyhovující jsou vyřazeny. V jedné směně všechny stroje obsluhují 3 pletařky a 1 mechanik.

V řetízkovně se sešitím špice dokončuje konstrukce ponožky. Nachází se zde 6 řetízkovacích strojů.

Na foremně se ponožky formují a žehlí. Ponožky se navlékají na horké kovové formy, kde se ponechají asi 3 minuty. Tím se ponožky vytvarují do konečné podoby a mohou pokračovat do třídírny. Ve foremně se také nachází česačka, která se používá pouze pro vybrané teplé ponožky a upravuje vnitřní povrch ponožky.

Dokončení výroby se provádí v třídírně. Zde se ponožky párují podle velikosti, barvy a



Obr. 9 Schéma firmy Bapon

druhu. Opatřují se etiketami s příslušnými informacemi o velikosti, složení, o údržbě a o firmě. Dále se ponožky svazují a balí do krabic.

## 2.5 Popis výrobku Bapon-Štepon, s.r.o.

Toto punčochové zboží je jednolící hladká pletenina zátažná s vyplétaným vzorem a barevným vzorem. Vyrábí se na pletařských strojích Ange 12. Jedná se o maloprůměrový šestisystémový jednoválcový plně elektronický pletací stroj pro výrobu klasického nebo plyšového ponožkového zboží s převěšeným lemem, váčkovou (ujímanou) patou a špicí a barevnými vystříhovanými vzory.

### 2.5.1 Části výrobku



Obr. 10 Části výrobku

Lem – plete se ve speciální vazbě žebro 1:1 (viz Obr. 10).

Chodidlo a bílé části ponožky (kromě nártu) jsou pleteny v jednolící hladké vazbě.

Nárt – je tvořen podloženýma kličkami. Tato vazba zajišťuje lepší odvod par od těla.

Pata a špička – tvoří se ujímáním jednolící pleteniny hladké. Do těchto částí se přidává přídatná nit kvůli oděru. Pata a špička jsou z výrobního hlediska totožná část – ve výrobě mezi nimi není rozdíl.

### 2.5.2 Měřitelné parametry

Následující parametry jsou platné pro ponožku na obr. 10.

**Velikost:** 38 – 39, 40 – 43, 43 – 46. Kvůli velikosti válci na pletářském stroji nelze přesáhnout krajní hodnoty.

**Délka chodidla:** úzce souvisí s velikostí. Čím větší je velikost, tím se zvyšuje délka chodidla.

**Šíře lemu:** udává se v centimetrech. Má vliv na držení ponožky na noze. Pokud je příliš vysoká, ponožka se kolem kotníku točí, nebo sklouzává dolů. Naopak malá šíře nohu škrtí a způsobuje otlačeniny kotníku. Pro všechny vyráběné velikosti je šíře stejná.

Dětské ponožky se pletou na stejných strojích jako dámské a pánské. Jediný rozdíl je v průměru válce stroje. Na těchto ponožkách se zjišťují stejné parametry, jako jsou uvedeny výše.

### 3 Konkurence

Na tuzemském trhu existuje řada výrobců ponožek. Mezi nejznámější a největší patří Boma, Bellinda a Pondy K.

#### 3.1 Boma

Boma patří mezi největší výrobce ponožek na tuzemském trhu. Na trhu operuje s několika názvy svých kolekcí.

- 1) **Lonka** - ponožky a podkolenky nejvyšší kvality. Najdete zde převážně pánské a dámské klasické a společenské ponožky a podkolenky. Pro tyto artikly jsou používány především přírodní materiály: bavlna, vlna a bambusová celulóza. U většiny výrobků je provedena řetízovaná špice, která je důležitá pro komfort pocitu nohou.
- 2) **Voxx** - čistě sportovní kolekce ponožek, podkolenek a funkčního prádla. Jedná se o výrobky zaměřené pro sport a volný čas. V této kategorii jsou výrobky vyvinuté především k extrémní zátěži a najdete zde ponožky pro každý druh sportu. Používané materiály a technologie výroby odpovídají vždy provedení pro jakou zátěž má být výrobek používán.
- 3) **Fuski** - kolekce výrobků, která je módní záležitostí vyznačující se především barevností a designem. [3]

#### 3.2 Bellinda

Od roku 1991 je Bellinda prodávána ve střední a východní Evropě, nejdůležitějšími trhy jsou Česká republika, Maďarsko, Polsko a Slovensko. Původně Bellinda byla uvedena na trh jako značka punčochového a ponožkového zboží. Dnes však nabízí širší kolekci dámského a pánského spodního prádla. První kolekce spodního prádla byla představena v roce 2000 a velice rychle se stala nedílnou součástí nabídky značky Bellinda. [4]

### 3.3 Pondy K

Firma Pondy K působí na českém trhu již od roku 1990. Výroba, prodej a distribuce ponožek a punčochového zboží je jejich hlavní činností. Působí jako velkoobchod ponožkového a punčochového zboží. Firma vyrábí a dodává řadu vlastních výrobků Pondy K. Modely a vzory vychází z klasiky českého ponožkářství, kolekce obsahuje i moderní sportovní, funkční a vzorované úplety. [5]

### 3.4 Ostatní

Sem patří všichni malí tuzemští výrobci ponožek. Jako jednotlivci nejsou konkurenční hrozbou, i když dohromady zaujímají velké procento trhu.

Do této skupiny také zahrnuji dovoz od východních výrobců. Cena jejich výrobků je velice nízká, většinou tak nízká, že se na ní evropští výrobci nemohou dostat. Tato skupina východních výrobců je pro tuzemské výrobce asi největším konkurentem a firmy se často dostávají do potíží právě kvůli nim.

## 4 Marketingový plán

Marketingový plán je podkladem pro odhady a oprávněnost investic nebo finanční výdaje. Pomůckou pro sestavení marketingového plánu je marketingový mix.

Marketingový mix se skládá ze čtyř prvků:

- 1) Výrobek (product)
- 2) Místo (place)
- 3) Cena (price)
- 4) Podpora prodeje (promotion)

Tyto čtyři pilíře jsou známy pod zkratkou 4P. [6]

Marketingový mix představuje soubor nástrojů, jejichž pomocí marketingový manažer utváří vlastnosti výrobků nabízených zákazníkům. Jednotlivé prvky mixu lze libovolně namíchat v různé intenzitě i v různém pořadí. [9]

### Výrobek

Výrobkem rozumíme vše, co organizace nabízí spotřebiteli k uspokojení jeho hmotných i nehmotných potřeb. [9]

### Místo

Místem rozumíme způsob distribuce produktu od jeho výrobce ke konečnému zákazníkovi. [9]

### Cena

Manažer rozhodující o ceně si všímá nákladů, relativní úrovně ceny, úrovně poptávky a úlohy ceny při podpoře prodeje (slevy). [9]

### Podpora prodeje

Podpora prodeje se zabývá přitáhnutím potenciálního zákazníka k výrobku, či udržení již stálých zákazníků. Podporou prodeje rozumíme různé slevové akce, akce 3+1 či věrnostní programy a bonusy.

## 4.1 Marketingový mix firmy Bapon-Štepon, s.r.o.

*Výrobek* – firma dle svých možností nemůže výrobek již dále vylepšovat. Jediné, čím může upevňovat svoji pozici na trhu je vytváření nových výrobků z hlediska barev a vzorů. Proto je třeba stále hlídat, jaké výrobky nabízí konkurence a jaké výrobky se nejlépe prodávají.

*Místo* – firma Bapon nabízí svoje výrobky v podnikové prodejně, na internetu a v některých obchodních řetězcích.

*Cena* – cena výrobků je více než přijatelná pro většinu lidí. Lze říci, že většina výrobků se pohybuje mezi 20 a 30 korunami. Z následujícího dotazníku zjistíme, že tato cena vyhovuje většině respondentů.

*Podpora prodeje* - reklama a jiné formy podpory prodeje ve firmě Bapon prakticky neexistuje. V tomto bodě by bylo vhodné investovat do reklamy. Více o reklamě je popsáno v závěru dotazníku.

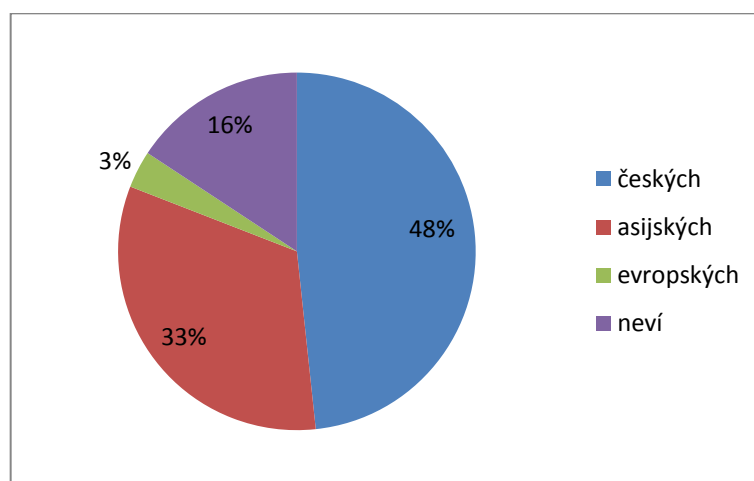
## 5 Průzkum

V průzkumu jsem se zabýval preferencemi zákazníků. Zjistil jsem, jaké druhy, barvy i velikosti nejčastěji zákazníci nakupují, nebo chtějí nakupovat. Do dotazníku jsem zahrnul 15 otázek a odpovědělo mi 179 respondentů.

Na následujících stránkách je dotazník popsán a vyhodnocen.

### **Otázka č. 1: Od jakých výrobců ponožky nakupujete?**

Touto otázkou jsem chtěl zjistit, jestli zákazníci dávají přednost evropským (mimo ČR) nebo asijským nebo českým výrobcům. Další poznatek z této otázky by měl být, jestli kupující dají přednost nižší kvalitě a nižší ceně, nebo vyšší ceně a vyšší kvalitě.



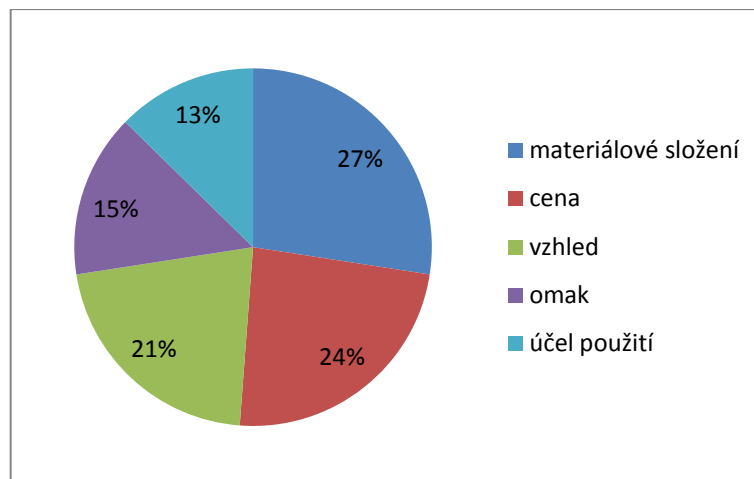
Obr. 11 Otázka č. 1

Z obrázku č. 11 vyplývá, že lidé dávají přednost spíše českým výrobcům, ale je zde stále dost lidí, kteří radši kupují u asijských prodejců. Na trhu existuje i menšina, kterou původ výrobků nezajímá nebo neví, od koho kupují. Na tuto otázku úzce navazovala další, a to „Jaké tuzemské výrobce znáte?“. Kvůli věrohodnosti dotazníku jsem z této otázky vyloučil ty lidi, kteří jsou moji známí a firmu Bapon znají. Na ní mi nedokázal odpovědět nikdo, proto jsem ji ve zpracování dotazníku vyloučil.



**Otázka č. 2:** Co u Vás rozhoduje o koupi ponožek?

Z této otázky jsem chtěl zjistit, na který aspekt se má firma Bapon zaměřit při své výrobě. Co zákazníci preferují, očekávají a vyhledávají při koupi výrobku.

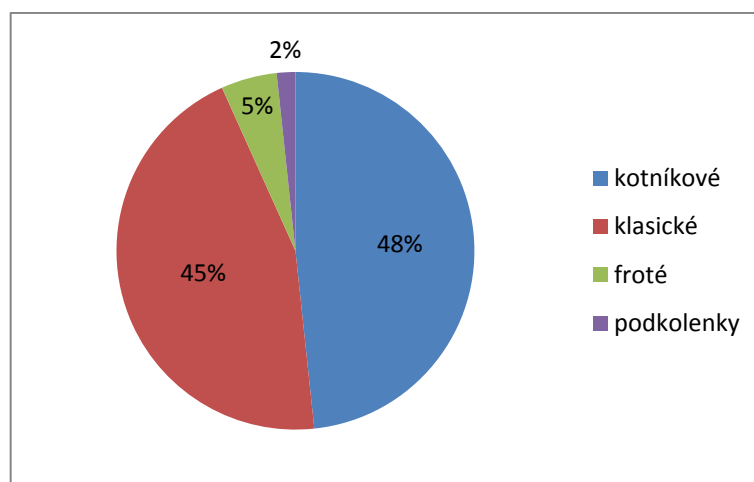


Obr. 12 Otázka č. 2

Z obrázku č. 12 vyplývá, že cena vzhled a materiálové složení jsou hlavní faktory při prodeji ponožek. Je logické, že cenu nelze zas tak moc ovlivnit. Firma Bapon, která prodává ponožky cca v rozmezí 20 až 30 korun se nemůže dostat na tak nízkou cenu, jakou vykazuje asijská konkurence. Může ale ovlivňovat materiálové složení a vzhled. O těchto třech faktorech se budu zabývat v dalších otázkách v průzkumu.

**Otázka č. 3: Jaký typ ponožek preferujete?**

Tato otázka opět měla zjistit, na jaký sortiment by se měla firma zaměřit.

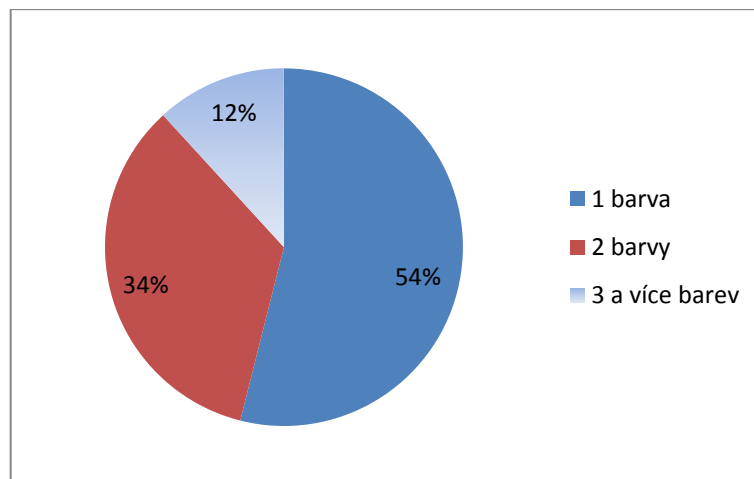


Obr. 13 Otázka č. 3

Z obrázku č. 13 vyplývá, že kotníkové (nízké) a klasické ponožky jsou nejoblíbenější. Kotníkové proto, protože jsou moderní, dobře se nosí a v teplém počasí tolik nezahřívají nohu a jsou vhodné do bot i na sport. Klasické ponožky jsou oblíbené zejména pro jejich společenský vzhled. Lidé je preferují k formálnímu oblečení. Froté ponožky nosí na doma či v tuhých mrazech, pro své hřejivé vlastnosti.

**Otázka č. 4:** Kolik barev na ponožce se Vám líbí?

Další z otázek, která by měla firmu navést, jak by dobře prodejná ponožka měla vypadat. Snažil jsem se zjistit zastoupení vzorů a barev na trhu a preference uživatelů.



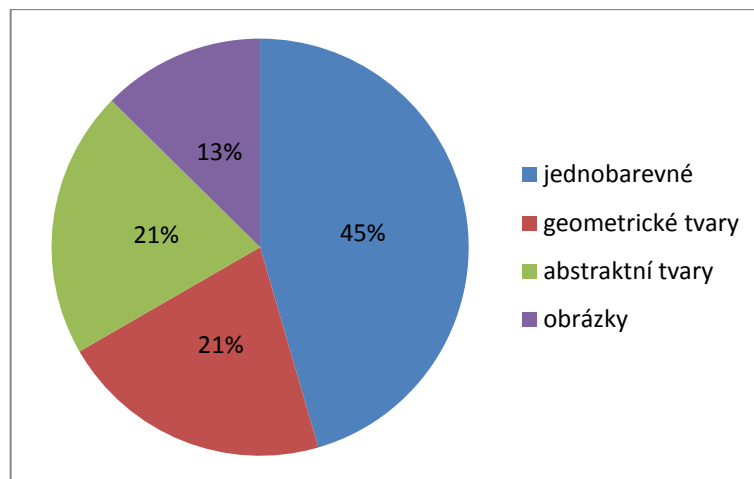
Obr. 14 Otázka č. 4

Na obrázku č. 14 můžete vidět, že více než polovina dotazovaných preferuje jednu barvu na ponožce. Tři a více barev preferuje pouze 12% respondentů, což je dobrá zpráva pro výrobce, protože ponožky s jednou a dvěma barvami se lépe a rychleji vyrábí. Platí také, že čím méně barev, tím vzniká méně vad výrobků.

Na tuto otázku úzce navazují následující otázky.

**Otázka č. 5: Jaký barevný vzor preferujete?**

Cílem je zjistit, jaké barevné či jiné útvary preferují zákazníci u ponožek. A tedy pomoci výrobcí na zaměření výroby.

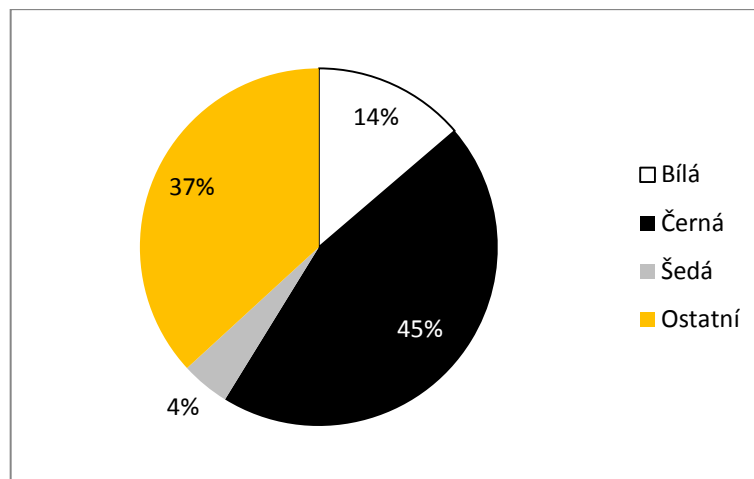


Obr. 15 Otázka č. 5

Téměř polovina respondentů (viz obr. 15) preferuje jednobarevné, což odpovídá předchozí otázce. Na druhém místě jsou geometrické a abstraktní tvary. Takové ponožky lze celkem jednoduše vyrábět na novějších strojích. Pro výrobce není problém takové ponožky vyrábět. Třináct procent lidí preferuje obrázky. Zde je s výrobou problém. Nelze plést moc jemné tvary a ostré hrany. Např. musí být minimálně 2 bílá očka v černém úpletu. Kdyby se upletlo pouze jedno jinak barevné očko, zanikalo by a vypadalo jako vada při výrobě. Obrázky tedy nesmí být moc detailní.

**Otázka č. 6: Jakou preferujete barvu u jednobarevných ponožek?**

Otázkou jsem se snažil zjistit, jakou barvu ponožek by se měla výroba ponožek zaměřit.



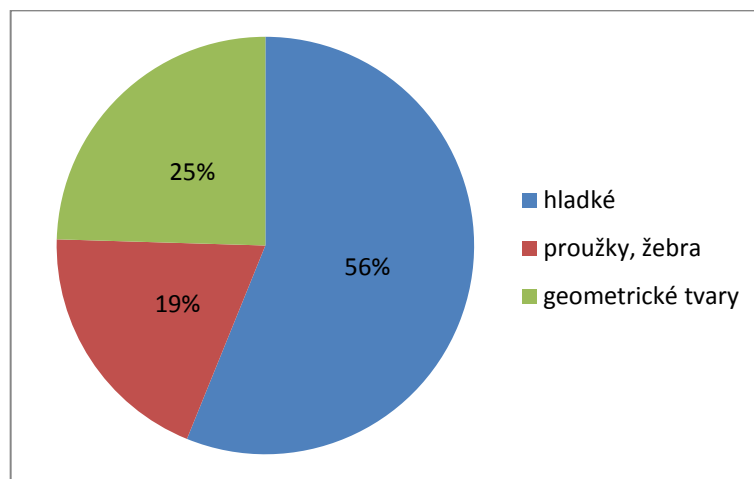
Obr. 16 Otázka č. 6

Z obrázku č. 16 je možné zjistit, že 45% respondentů preferuje černou barvu a 14% preferuje barvu bílou. Zbývajících 37% respondentů preferuje jinou barvu než v grafu uvedenou. Jedná se o odstíny modré, červené a žluté. Jednotlivé konkrétní odstíny barvy jsou zastoupeny jedním až dvěma respondenty.

Výroba by se měla především orientovat na výrobu odstínů bílé, černé a šedé, kterou preferuje 63% respondentů.

**Otázka č. 7: Jaký vyplétaný vzor preferujete?**

Otázka byla položena z důvodu zjištění jaký vzor se má na ponožkách objevovat. Původním předpokladem bylo, že nejvíce respondentů vybere geometrické tvary.

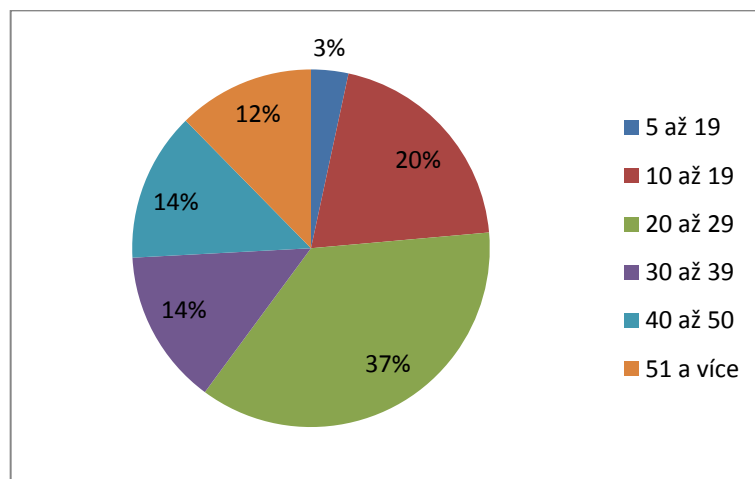


Obr. 17 Otázka č. 7

Navzdory předpokladům se vyplétané geometrické tvary umístily až na druhém místě (Obr. 17). Nicméně to, že hladké ponožky označilo nejvíce respondentů, připisují následující zkušenosti. Po vyprání ponožek je u výrobků bez vzorku jednoduché je párovat. Pokud máte více druhů vyplétaných vzorů, je někdy složité je od sebe odlišit. U hladkých ponožek je jasně vidět, že jsou bez vzorku a tudíž velmi jednoduché na párování.

**Otázka č. 8:** Jak vysokou cenu byste byli ochotni zaplatit za pár ponožek?

Touto otázkou jsem chtěl zjistit, jakou cenu jsou ochotni respondenti utratit za 1 pár ponožek. Pro tuto otázku platila podmínka, že tyto ponožky jsou bavlněné, jednobarevné a obyčejné bez froté a bez speciálních úprav či vzorů.

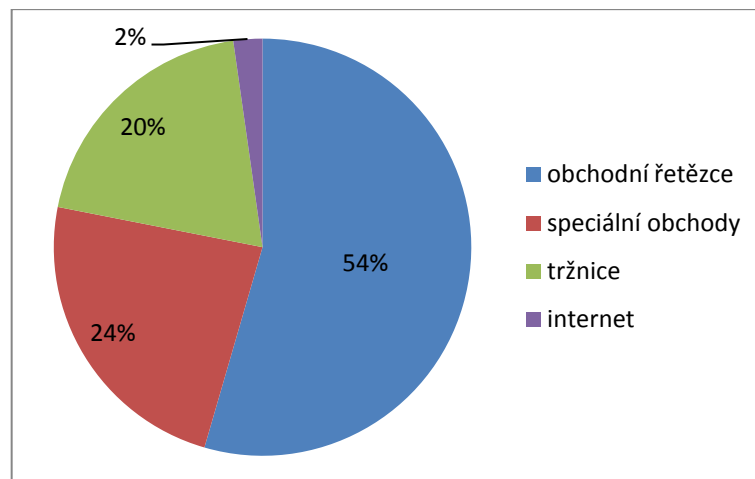


Obr. 18 Otázka č. 8

Z obrázku 18. zjistíme, že obyčejné ponožky by se měly pohybovat v rozmezí 20 a 30 korun. Někteří respondenti, celých 20%, by raději nižší cenu. Ovšem cena 10 – 19 korun za pár je pro tuzemské i evropské výrobce naprosto nedosažitelná. Tato skupina jsou pravděpodobně ti lidé, co nakupují od východních výrobců. Určitě stojí za zmínku i 2 skupiny, které v průzkumu dopadly stejně, vždyť zahrnují téměř 30%. Jedná se o ceny mezi 30-39Kč a 40-50Kč. Proto by výrobce měl své výrobky směřovat mezi 20 a 50 korun za pár. Samozřejmě také záleží na materiálu a technologii výroby, ale s obyčejnými, froté a kotníkovými ponožkami by neměl problém se do tohoto intervalu dostat.

**Otázka č. 9: Kde nejčastěji ponožky nakupujete?**

Na základě výsledků této otázky by měl výrobce upravovat a vyhledávat svoje odběratele.



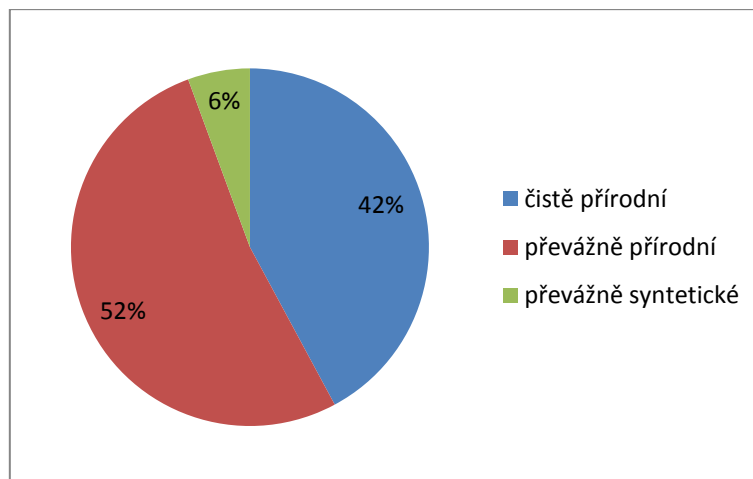
Obr. 19 Otázka č. 9

Podle očekávání se na prvním místě umístili obchodní řetězce (Obr. 19). Problém pro výrobce je, že tyto řetězce mají nastavené velmi špatné podmínky pro svoje dodavatele. Chtějí co nejnižší cenu, několikrát do roka nařizují slevové akce a neručí za zboží, to znamená, že výrobce si musí do řetězce dopravit zboží sám, musí je tam vystavit a musí je průběžně doplňovat. Zboží, které se v řetězcích neprodá, se vrací zpět výrobcí. Jejich výhodou je vysoký prodej. Naproti tomu speciální obchody nic takového nenařizují a lze s nimi domluvit i podmínky doplňování zboží. Na druhou stranu se v takových obchodech běžně neprodávají klasické ponožky, ale spíše sportovní. Jejich prodej nemá moc vysoký objem.



**Otázka č. 10:** Jaké materiálové složení Vám vyhovuje?

Tato otázka měla za úkol zjistit, jaké materiály lidé preferují a nejčastěji nakupují.



Obr. 20 Otázka č. 10

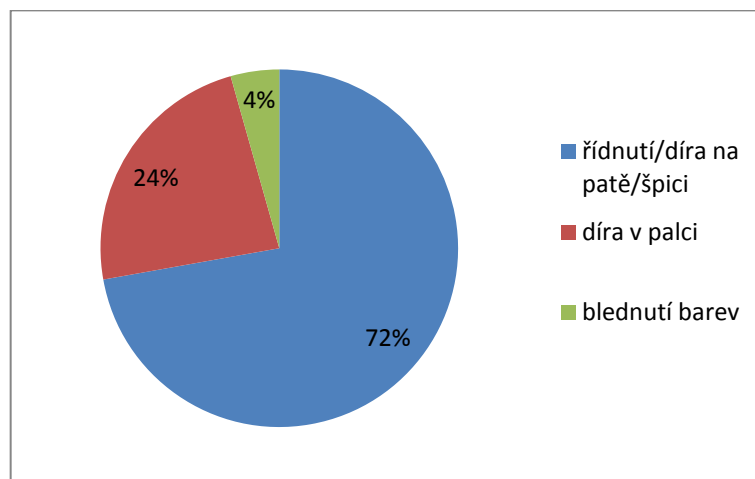
Vyhodnocení této otázky dopadlo podle všech očekávání. Většina lidí upřednostňuje přírodní materiály s příměsí syntetických (viz obr. 20). Syntetická vlákna vhodně doplňují a zlepšují vlastnosti přírodních.

**Otázka č. 11:** Používáte zdravotní ponožky?

Zdravotními ponožkami se rozumí takové, které mají vyšší a volnější lem. Jsou vhodné pro lidi, kteří trpí křečovými žilami nebo otlačeninami z klasických ponožek. Zdravotní ponožky používá pouze 16% respondentů. Zde je výsledek nepřesněn kvůli věkovému rozhraní lidí, kteří mi na dotazník odpovídali. Jejich věk byl od 20 do 35 let a zdravotní ponožky většinou používají lidé starší než 50 let.

**Otázka č. 12:** S jakým nejčastějším opotřebením se u ponožek setkáváte?

Odpověď na tuto otázku by měla výrobci sdělit, kde se ponožky uživatelům nejčastěji opotřebovávají. Výrobci měla dát najevo, aby změnili použitý materiál, případně aby změnili či upravili výrobu.

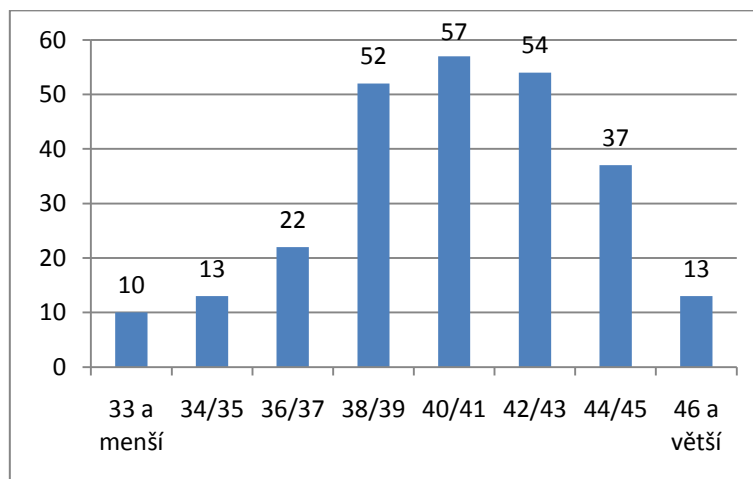


Obr. 21 Otázka č. 12

Podle očekávání se na prvním místě umístilo řídnutí (díra) na patě (špici) (obr. 21). Tuto problematiku se firma Bapon snaží řešit vložением extra příze, nebo se pata a špice plete hrubší přízí. Pokud na ponožkách dochází k děrám na palci, je to způsobeno většinou ostrými nehty nebo špatnou volbou velikosti ponožky. Výrobce tento problém nemůže řešit.

**Otázka č. 13: Jakou velikost ponožek nejčastěji nakupujete?**

Tato otázka se netýkala pouze respondentů samých, ale i jejich známých, rodiny. Cílem této otázky je zjistit, jaké velikosti se nejčastěji nakupují. Respondenti mohli označit více odpovědí.

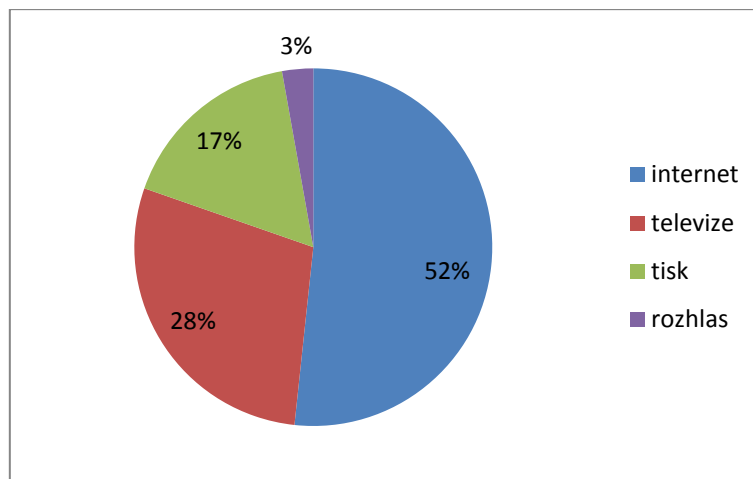


Obr. 22 Otázka č. 13

Z obrázku č. 22 lze poznat, že největší podíl jsou velikosti od 38 do 45. Tato odpověď by měla výrobci říci, na jaké velikosti se má výroba primárně zaměřit.

**Otázka č. 14:** Jaká forma reklamy na ponožky by Vás zaujala?

Reklama je důležitá pro každý podnik. Proto jsem chtěl zjistit, kde by měla firma Bapon propagovat své zboží.



Obr. 23 Otázka č. 14

Více než polovina respondentů zvolila za nejvhodnější reklamu na internetu (viz obr. 23). Toto je velmi dobré řešení, protože takováto reklama levná a má možnost, aby ji spatřilo mnoho uživatelů. Dále tato reklama skýtá obrovskou výhodu v tom, že potenciální zákazník může být rovnou přesměrován na internetový obchod firmy.

Televizní reklama je rovněž dobrá, ale skýtá mnohé problémy. Tato forma reklamy je velice drahá, proto musí být krátká, ale ne na úkor srozumitelnosti. Reklama v celorepublikové televizi stojí průměrně kolem 300 000Kč za minutu. Samozřejmě zde záleží na vysílacím čase, počtu diváků, atd. V regionálních televizích se cena za minutu reklamy pohybuje kolem 150 000Kč a také záleží na okolnostech.

Reklama v tisku je další z možností. Není tak finančně nákladná jako v televizi. Měla by obsahovat atraktivní obrázek výrobku, aby případného čtenáře zaujala.

## 5.1 Závěr výzkumu

Na závěr lze říci, že firma Bapon se na trhu orientuje správným směrem. Pouze u otázky č. 7 se očekávání nevyplnila. Původní předpoklad byl, že nejvíce lidí bude preferovat geometrické tvary.

Ve firmě Bapon je také velký problém s reklamou a propagací svých výrobků. Firma sice zaměstnává jednoho člověka, který shání zakázky a s potenciálními zákazníky jedná. Tito zákazníci jsou ovšem jen na úrovni velkých zakázek v zahraničí. Firma by potřebovala zaujmout a dostat se do povědomí obyčejných lidí. To se v současnosti nedaří, protože reklama prakticky neexistuje. Pro firmu bych doporučil reklamu na internetu a v tisku. Obě tyto formy reklamy skýtají mnohé výhody. Nejsou příliš drahé, mohou obsahovat obrázky a dodatečné informace. Taková reklama by mohla začínat nadpisem: „Máte zájem o kvalitní ponožky od českého výrobce?“. Dle mého názoru už tato věta čtenáře zaujme a donutí ho k sehnání dalších informací. Firma by také měla zlepšit své internetové stránky. V této době nejsou graficky moc dobře řešené. Lidé preferují kulatější a barevnější stránky. Také funkčnost e-shopu není stoprocentní. Občas se stává, že firma objednávku nedostane. Na webových stránkách firmy se také špatně orientuje, proto bych pro firmu navrhoval kompletní předělání internetových stránek a e-shopu.

## 6 Návrhy na další prodej

V této kapitole bych firmě Bapon chtěl doporučit, s jakými výrobky by se měla na trhu prezentovat nejvíce. Dále zde navrhuji možná místa prodeje. V současné době firma prodává pouze ve dvou vlastních podnikových prodejnách, v některých obchodních řetězcích a na internetu.

Sportovní ponožky mají na trhu velké zastoupení. I přes tuto skutečnost jsem je do této práce zahrnul. Ve většině obchodů jsou tyto výrobky zbytečně předražené a kolem 50 procent ceny tvoří značka, nebo jen podvědomí lidí. (Např. ponožky na golf jsou velice drahé, jen kvůli lidem, kteří si myslí, že na tento sport prostě drahé ponožky musí být. Přitom se jedná o stejný materiál, jaký je použit na jiných, o polovinu levnějších ponožek.) Proto by se tyto ponožky daly vyrábět za cenu kolem padesáti korun za pár.

Pracovní ponožky nejsou na trhu moc zastoupené. Tyto ponožky by měly být vyráběny z hrubších přízí. Zároveň ale nesmí dřít nebo otlačovat nohy. Musí vydržet nešetrné zacházení a nešetrné praní. Kvůli komfortu by se měly vyrábět z bavlny (cca 85%) a polyesteru. Měly by být hustě pletené kvůli ochraně nohy, aby si uživatel při práci nepodřel nebo nějak jinak neporanil nohu a lýtko. Další předností těchto ponožek by měla být zesílená pata a špička, tedy místa, kde je ponožka nejvíce namáhaná v oděru. Není potřeba, aby byly vyráběny z vysoce kvalitních přízí, proto jejich cena nemusí být vysoká. Příze na tyto výrobky mohou být dokonce vyráběny z druhotně zpracovaných textilií, nebo-li z odpadu. Cena za pár by se mohla pohybovat kolem 30 korun.

Zdravotní ponožky jsou velice důležitá položka. Čím dál tím více lidí trpí křečovými žilami nebo otoky nohou. Tyto ponožky musí mít vyšší lem, ve kterém je guma. Oproti ostatním běžným ponožkám dělají menší tlak na lýtko. Kvůli „točení“ ponožky na noze se proto dělá vysoké lýtko a je možné zaplést gumu i do chodidla. Předpokládaná cena je asi 25 korun za pár.

## 6.1 Region

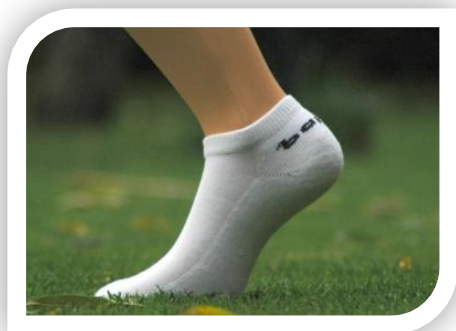
Dle mého názoru není mezi regiony tak velký rozdíl. Samozřejmě výjimkou je Praha a další velká města, kde je konkurence nesrovnatelně větší a zákazníci mají větší možnosti a jsou „vybíravější“.

Já se zaměřím spíše na oblast s menší populací; jindřichohradecký okres, kde největší město jsou České Budějovice. Jinak je hustota zalidnění velmi řídká. V tamějších městech nejsou obchodní centra moc častá a lidé nakupují spíše v menších obchodech. Na tomto trhu se vyskytují 3 větší výrobci a prodejci punčochového zboží. Jsou to Lonka, Pondy K a Bapon-Štepon. Podíl na trhu je přibližně 30% pro Lonku, 20% pro firmu Ponky K a 20% pro Bapon-Štepon. Zbýlých 30% si dělí velmi malí výrobci. Neopomenutelnou položkou jsou také výrobky z východu, jejichž cena je velice nízká. Většinou tak nízká, že tuzemské firmy nejsou ani zdaleka schopny se na takovou cenovou hladinu dostat. Kvalita těchto výrobků však nebývá většinou valná.

## 6.2 Místa prodeje

Různé ponožky vyžadují odlišná místa, kde se budou jednotlivé modely prodávat. Samozřejmě lze všechny ponožky prodávat v síti maloobchodních řetězců. V těchto obchodech je několik výhod: Mají velkou návštěvnost a tím i vyšší jistotu, že si je někdo koupí. Zákazníci v řetězcích mají možnost srovnávat s konkurencí, protože se v těchto obchodech zpravidla vystavují stejné výrobky od různých výrobců. Zákazníci si mohou zboží osahat a zjistit, které se jim líbí více na omak nebo design. Toto je výhoda samozřejmě jen pro ty výrobce, kteří hledí na kvalitu a snaží se být „lepší“ než konkurence. Tyto řetězce samozřejmě mají i nevýhody: diktují si ceny prodávaných výrobků, firma se sama musí postarat o výstavu svých výrobků, řetězce požadují několikrát do roka cenové akce a neprodané zboží se vrací výrobcí.

## 6.3 Sortiment



Obr. 24 Sportovní ponožky

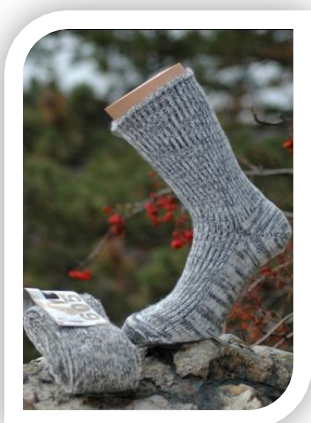
U sportovních ponožek, které jsou na obrázku č. 24, nebo u ponožek určených ke sportu a volnému času je nejlepší volba obchody, které se přímo sportovním zbožím zabývají. Tyto ponožky bývají většinou dražší, ale jsou vyrobeny z kvalitnějších a trvanlivějších materiálů. Dnes jsou velkým trendem kotníkové ponožky. Jsou vyráběny z bavlnářských přízí a jsou velice pohodlné i do nízkých bot.

Další možností jsou zdravotní ponožky (Obr. 25). Tyto výrobky se vyznačují vyšším lemem a méně utaženou gumičkou. Pro tyto výrobky jsou asi nejvhodnějším místem prodeje lékárny. Další možnost by mohla být u prodejců textilu v menších vesnicích, které obývá kolem 3 000 lidí. V těchto obcích bývá věkový průměr poněkud vyšší, než ve větších městech. Tyto ponožky jsou ceněny zejména mezi staršími



Obr. 25 Zdravotní ponožky

lidmi, kteří trpí otoky nohou a křečovými žilami.



Obr. 26 Pracovní ponožky

Poslední volbou, kterou bych doporučil, jsou pracovní ponožky (viz Obr. 26). Tyto ponožky většinou nejsou tak pohodlné jako ostatní. Jsou vyráběny z hrubších přízí. U těchto výrobků se ani tak moc nehledí na estetický dojem, jako je barva a vzor, ale spíše na trvanlivost a ochranu nohy, případně i lýtko. Tento sortiment by se pravděpodobně nejlépe prodával v obchodech, kde se nabízejí pracovní pomůcky a kutilské potřeby.



## **7 Závěr**

Cílem mé práce bylo zjistit preference lidí, poradit a navrhnout možné postupy propagace výrobků firmy Bapon-Štepon.

Ve svém výzkumu jsem zjistil, co lidé preferují, jaké barvy a materiály nejčastěji nakupují. Tím jsem vytvořil řadu návrhů, které by vedly k většímu odbytu na trhu. V poslední řadě jsem firmě doporučil opatření, která by vedla k zvýšení odbytu a k získání nových zákazníků. Hlavním návrhem je vytvoření reklamy a nových webových stránek, které by zvýraznily firmu jako takovou a tím se dostala do podvědomí široké veřejnosti.

## Použitá literatura

- [1] ČSN 80 5801. *Standardní ponožky, punčochy, podkolenky, holeně*. Praha: Úřad pro normalizaci a měření, 1991.
- [2] ČSN 80 58 10. *Jemné podkolenky, ponožky, punčochy a šlapky*. Praha: Úřad pro normalizaci a měření, 1993.
- [3] *BOMA* [online]. [cit. 4. 5. 2011]. O společnosti. Dostupné z WWW: <http://www.boma.cz/>.
- [4] *Bellinda* [online]. [cit. 4. 5. 2011]. Historie značky. Dostupné z WWW: <http://www.bellinda.com/sl/jnp/cz/features/history/index.html>.
- [5] *Kup si ponožky* [online]. [cit. 4. 5. 2011]. O společnosti. Dostupné z WWW: <http://www.kupsiponozky.cz/1-o-spolecnosti.html>.
- [6] RYDVALOVÁ, Petra. *Drobné podnikání*. Liberec: TU Liberec, 1999. 105 s. ISBN 80-7083-325-4.
- [7] *SOTEX GINETEX CZ* [online]. [cit. 2011-05-08]. Symboly údržby. Dostupné z WWW: <http://www.sotex.cz/index.php?adr=14>.
- [8] *Bapon-Štepon, s. r.o.* [online]. [cit. 2011-05-08]. Kompletní sortiment. Dostupné z WWW: <http://www.bapon.cz/sekce-kompletni-sortiment-0-0-0-0>.
- [9] VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb : efektivně a moderně*. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2721-9.
- [10] *Sport-live.cz* [online]. [cit. 2011-05-09]. Velikosti bot. Dostupné z WWW: <http://www.sport-live.cz/velikosti-bot---prevodni-tabulka-sport-live.html>.

## PŘÍLOHA

### 1 Sortiment [8]

#### 1.1 Pánské

##### 1.1.1 Klasické



##### **Classic hladké**

Složení: 70% bavlna, 30% polypropylen

Údržba:     

Velikost: 41 – 42, 43 – 44, 45 - 46

Popis: bavlněné jednobarevné hladké s kotníkovým vzorem ve stejné barvě.



##### **Classic žebrované**

Složení: 70% bavlna, 30% polypropylen

Údržba :     






Velikost: 40 – 41, 42 – 43, 44 - 45

Popis: bavlněné jednobarevné hladké s kotníkovým vzorem ve stejné barvě.



### **Elegance hladké**

Složení: 70% bavlna, 30%polypropylen

Údržba:     






Velikost: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45, 46

Popis: společenské jednobarevné hladké z mercerované bavlny.



### **Elegance žebrované**

Složení: 70% bavlna mercerovaná, 30% polypropylen

Údržba:     






Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45, 46

Popis: společenské jednobarevné žebrované z mercerované bavlny



### **Cotton žebrované uni**

Složení: 100% bavlna česaná

Údržba:     

Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45, 46

Popis: jednobarevné žebrované z česané bavlny.

### 1.1.2 Elastické



#### Elastic uni

Složení: 77% bavlna, 23% elastan

Údržba:

Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45, 46

Popis: bavlněné jednobarevné hladké klasické s elastanem.



#### Elastické nízké uni

Složení: 77% bavlna, 33% elastan

Údržba:

Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45, 46

Popis: bavlněné jednobarevné hladké kotníkové s elastanem.



#### Bapon uni

Složení: 90% bavlna, 10% elastan

Údržba:






Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45, 46

Popis: polofroté kotníkové s elastanem a logem, vhodné na sport.



### **Masážní kotníkové**

Složení: 90% bavlna, 10% elastan

Údržba:     

Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45, 46






Popis: masážní proužky na chodidle, polofroté kotníkové s elastanem.

## **1.1.3 Zdravotní**



### **Lem uni**

Složení: 70% bavlna, 30% polypropylen

Údržba:     






Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45

Popis: froté jednobarevné s volným lemem, neškrť a nestahují, vhodné na sport



### **Volný lem uni**

Složení: 70% bavlna, 30% polypropylen

Údržba:     

Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45, 46






Popis: klasické bavlněné jednobarevné s volným lemem, neškrť a nestahují

### 1.1.4 Sportovní



#### Trekking

Složení: 35% vlna, 55% bavlna, 10% elastan

Údržba:     






Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45

Popis: Sportovní ponožky, froté elastické, teplejší, vhodné na podzimní a zimní sportování



#### Sport light

Složení: 77% bavlna, 23% elastan

Údržba:     






Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45, 46

Popis: Sportovní kotníkové ponožky s odlehčeným nártem pro lepší odvětrávání.



#### Bapon uni

Složení: 70% bavlna, 30% polypropylen

Údržba:     






Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45

Popis: polofroté jednobarevné s dvěma pruhy nad kotníkem



### **Sport uni**

Složení: 70% bavlna, 30% polypropylen

Údržba:     






Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45

Popis: silnější froté dvoubarevné.



### **TREK**

Složení: 70% bavlna, 30% polypropylen

Údržba:     

Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45






Popis: froté melír se zpevněným nártem, vhodné na běžecké sporty.

## **1.1.5 Teplé**



### **MILOŠ uni**

Složení: 25% vlna, 65% viskóza, 10% polyester

Údržba:     

Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45






Popis: česané silné velmi teplé jednobarevné.





### **ALBÍN uni**

Složení: 100% bavlna

Údržba:     






Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45

Popis: silnější jednobarevné



### **RADEK uni**

Složení: 25% vlna, 65% viskóza, 10% polyester

Údržba:     






Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45

Popis: česané silné velmi teplé



### **VLADAN uni**

Složení: 25% vlna, 65% viskóza, 10% polyester

Údržba:     






Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45

Popis: jednobarevné či melírované silnější, vhodné na sport



### **HONZA pánské**

Složení: 25% vlna, 65% viskóza, 10% polyester

Údržba:     






Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45, 46

Popis: prodloužené pracovní ponožky vhodné po celý rok



### **JOHAN uni**

Složení: 25% vlna, 65% viskóza, 10% polyester

Údržba:     






Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45

Popis: silné dovnitř česané řetízované  
jednobarevné



### **WINTR uni**

Složení: 25% vlna, 65% viskóza, 10% polyester

Údržba:     






Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45

Popis: silnější vzorované jednobarevné



### **VENDA uni**

Složení: 50% vlna, 40% acryl, 10% polyamid

Údržba:     






Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45

Popis: prodloužené vlněné, vhodné na sport



### **HUGO**

Složení: 50% vlna, 50% acryl

Údržba:     






Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45

Popis: společenské zimní vlněné jednobarevné žebrované



### **OLER**

Složení: 60% vlna, 25% viskóza, 15% polypropylen

Údržba:     





Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45

Popis: prodloužené vlněné dovnitř česané, protisrážlivá úprava, vhodné pro vojáky, velmi odolné



### **Bielo Ski Pro**

Složení: 35% vlna, 55% bavlna, 10% elastan

Údržba:     






Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45, 46

Popis: froté podkolenky, zesílené v místech namáhání, vynikající pro lyžaře i snowboardisty



### **HUBERT**

Složení: 60% vlna, 25% viskóza, 15% polypropylen

Údržba:     

Velikosti: 40 – 41, 42 – 43, 44 – 45

Popis: silné jednobarevné vzorované řetízované, vhodné pro myslivce, antibakteriální úprava






## **1.2 Dámské ponožky**

### **1.2.1 Klasické**



#### **Classic dámské**

Složení: 70% bavlna, 30% polypropylen

Údržba:     

Velikosti: 34 – 35, 36 – 37, 38 – 39






Popis: bavlněné jednobarevné hladké

### 1.2.2 Elastické



#### Elastic uni

Složení: 77% bavlna, 23% elastan

Údržba:     






Velikosti: 36 – 37, 38 - 39

Popis: bavlněné jednobarevné hladké klasické s elastanem



#### Elastic nízké uni

Složení: 77% bavlna, 23% elastan

Údržba:     






Velikosti: 36 – 37, 38 – 39

Popis: bavlněné jednobarevné hladké kotníkové s elastanem



#### Bapon uni

Složení: 90% bavlna, 10% elastan

Údržba:     






Velikosti: 36 – 37, 38 – 39

Popis: polofroté kotníkové s elastanem a logem, vhodné na sport



### Masážní kotníkové

Složení: 90% bavlna, 10% elastan

Údržba:     

Velikosti: 36 – 37, 38 – 39






Popis: masážní proužky na chodidle, polofroté kotníkové s elastanem

## 1.2.3 Zdravotní



### LEM uni

Složení: 70% bavlna, 30% polypropylen

Údržba:     






Velikosti: 36 – 37, 38 – 39

Popis: froté jednobarevné s volným lemem, neškrť a nestahují, vhodné na sport



### Volný lem uni

Složení: 70% bavlna, 30% polypropylen

Údržba:     

Velikosti: 34 – 35, 36 – 37, 38 – 39

Popis: klasické bavlněné jednobarevné s volným lemem, neškrť a nestahují








### 1.2.4 Sportovní



#### Trekking

Složení: 35% vlna, 55% bavlna, 10% elastan

Údržba:     






Velikosti: 36 – 37, 38 - 39

Popis: sportovní ponožky, froté elastické, teplejší, vhodné na podzimní a zimní sportování



#### Sport light

Složení: 77% bavlna, 23% elastan

Údržba:     






Velikosti: 36 – 37, 38 – 39

Popis: sportovní kotníkové ponožky s odlehčeným nártem pro lepší odvětrávání



#### Bapon uni

Složení: 70% bavlna, 30% polypropylen

Údržba:     






Velikosti: 36 – 37, 38 – 39

Popis: polofroté jednobarevné s dvěma pruhy nad kotníkem



### **Sport uni**

Složení: 70% bavlna, 30% polypropylen

Údržba:     

Velikosti: 36 – 37, 38 - 39






Popis: silnější froté dvoubarevné

## **1.2.5 Teplé**



### **MILOŠ uni**

Složení: 25% vlna, 65% viskóza, 10% polyester

Údržba:     






Velikosti: 36 – 37, 38 – 39

Popis: česané silné velmi teplé jednobarevné



### **ALBÍN uni**

Složení: 100% bavlna

Údržba:     

Velikosti: 36 – 37, 38 – 39






Popis: silnější jednobarevné





### **RADEK uni**

Složení: 25% vlna, 65% viskóza, 10% polyester

Údržba:     






Velikosti: 36 – 37, 38 - 39

Popis: česané, silné, velmi teplé



### **VLADAN uni**

Složení: 25% vlna, 65% viskóza, 10% polyester

Údržba:     






Velikosti: 36 – 37, 38 - 39

Popis: jednobarevné či melírované silnější, vhodné na sport



### **JOHAN uni**

Složení: 25% vlna, 65% viskóza, 10% polyester

Údržba:     





Velikosti: 36 – 37, 38 – 39

Popis: silné dovnitř česané řetízované  
jednobarevné



### **WINTR uni**

Složení: 25% vlna, 65% viskóza, 10% polyester

Údržba:     






Velikosti: 36 – 37, 38 - 39

Popis: silnější vzorované jednobarevné



### **VENDA uni**

Složení: 50% vlna, 40% acryl, 10% polyamid

Údržba:     






Velikosti: 36 – 37, 38 - 39

Popis: prodloužené vlněné, vhodné na sport



### **IVKA dámské**

Složení: 75% vlna, 25% polyamid

Údržba:     

Velikosti: 36 – 37, 38 - 39






Popis: řetízované ze střižní vlny, antibakteriální a protisrážlivá úprava, mnoho barevných variant

### 1.2.6 Podkolenky



#### **Bielo Ski Pro**

Složení: 35% vlna, 55% bavlna, 10% elastan

Údržba:     

Velikosti: 36 – 37, 38 - 39

Popis: froté podkolenky, zasílená v místech namáhání, vynikající pro lyžaře i snowboardisty






## 1.3 Dětské

### 1.3.1 Klasické



#### **Classic**

Složení: 70% bavlna, 30% polypropylen

Údržba:     

Velikosti: 15 – 16, 17 – 18, 19 – 20, 21 – 22





Popis: klasické bavlněné jednobarevné žebrované

### 1.3.2 Elastické



#### **Elastic**

Složení: 77% bavlna, 23% elastan

Údržba:     

Velikosti: 15 – 16, 17 – 18, 19 – 20, 21 – 22, 23

Popis: bavlněné jednobarevné s elastanem



### **Elastic podkolenka**

Složení: 77% bavlna, 23% elastan

Údržba:

Velikosti: 15 – 16, 17 – 18, 19 – 20, 21 – 22, 23

Popis: bavlněné vzorované podkolenky  
s elastanem

## **1.3.3 Sportovní**



### **Froté – elastic**

Složení: 35% vlna, 55% bavlna, 10% elastan

Údržba:

Velikosti: 15 – 16, 17 – 18, 19 – 20, 21 – 22, 23

Popis: silnější, vhodné pro sport, speciální vzor

## **1.3.4 Teplé**



### **PÉŤA**

Složení: 25% vlna, 55% viskóza, 10% polyester

Údržba:

Velikosti: 15 – 16, 17 – 18, 19 – 20, 21 – 22

Popis: silné velmi teplé

## 2 Symboly údržby



- praní – maximální teplota 40°C, normální postup



- bělení – výrobek se nesmí bělit



- sušení – výrobek se nesmí sušit v bubnové sušičce



- žehlení – výrobek se nesmí žehlit



- profesionální čištění – výrobek se nesmí chemicky čistit [7]

### 3 Tabulka velikostí ponožek [10]

Tab. 1 Tabulka velikostí ponožek

	US	UK	EU	cm
Děti	3	2	18	
	4	3	19	
	5	4	20	
	5,5	4,5	21	
	6	5	22	
	7	6	23	
	8	7	24	
	8,5	7,5	25	15,5
	9,5	8,5	26,5	16,5
	10	9	27	17
	11	10	28	17,5
	12	11	29	18,5
	13	12	30,5	19,5
Dospělí	13,5	13	31	20
	1	13,5	32	20,5
	2	1	33	21
	3	2	34	21,5
	4	3	35	22
	4,5	3,5	36	22,5
	5	4	36,5	23
	5,5	4,5	37	23,5
	6	5	38	24
	6,5	5,5	38,5	24,5
	7	6	39	25
	7,5	6,5	40	25,5
	8	7	40,5	26
	8,5	7,5	41	26,5
	9	8	42	27
	9,5	8,5	42,5	27,5
	10	9	43	28
	10,5	9,5	44	28,5
	11	10	44,5	29
	11,5	10,5	45	29,5
	12	11	45,5	30
	12,5	11,5	46	30,5
	13	12	47	31
	13,5	12,5	47,5	31,5
	14	13	48	32
	14,5	13,5	48,5	32,5
	15	14	49	33
	15,5	14,5	50	33,5
	16	15	51	34
	16,5	15,5	52	34,5

Tabulka 1 ukazuje převody velikostí ponožek a bot v různých zemích.